



UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA  
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS  
COORDENAÇÃO DO CURSO DE GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO  
SERVIÇO DE ESTÁGIO SUPERVISIONADO EM ADMINISTRAÇÃO

DAVID DE LIMA NASCIMENTO

EMPREENDEDORISMO NA EDUCAÇÃO: IDENTIFICAÇÃO DE NEGÓCIO NA  
VISÃO DOS PROPRIETÁRIOS DE INSTITUIÇÕES EDUCACIONAIS PRIVADAS  
DE JOÃO PESSOA - PB

TRABALHO DE CONCLUSÃO DO CURSO

ÁREA: EMPREENDEDORISMO

João Pessoa – PB

Fevereiro de 2015

DAVID DE LIMA NASCIMENTO

EMPREENDEDORISMO NA EDUCAÇÃO: IDENTIFICAÇÃO DE NEGÓCIO NA  
VISÃO DOS PROPRIETÁRIOS DE INSTITUIÇÕES EDUCACIONAIS PRIVADAS  
DE JOÃO PESSOA - PB

Trabalho de Conclusão de Curso,  
apresentado à Coordenação de Serviço  
de Estágio Supervisionado em  
Administração, do Curso de Graduação  
em Administração, do Centro de Ciências  
Sociais Aplicadas da Universidade  
Federal da Paraíba, em cumprimento às  
exigências para obtenção do Grau de  
Bacharel em Administração.

Orientador: Prof. Rosivaldo de Lima Lucena.

João Pessoa – PB

Março de 2015

N244e Nascimento, David de Lima.

Empreendedorismo na educação: identificação de negócio na visão dos proprietários de instituições educacionais privadas de João Pessoa. /David de Lima Nascimento. – João Pessoa: UFPB, 2015. 45f.:il

Orientador(a): Prof. Rosivaldo de Lima Lucena.  
Monografia (Graduação em Administração) – UFPB/CCSA.

1. Empreendedorismo. 2. Identificação de negócio. 3. Instituições educacionais privadas. 4. João Pessoa. I. Título.

UFPB/CCSA/BS

CDU (2. ed.): 658(043.2)

Ao Professor Orientador Rosivaldo de Lima Lucena.

Solicitamos examinar e emitir parecer no Trabalho de Conclusão de Curso do aluno David de Lima Nascimento.

João Pessoa, \_\_\_\_ de março de 2015

---

Prof<sup>a</sup>. Paula Luciana Bruschi Sanches Souza  
Coordenadora do SESA/CCSA/UFPB

Parecer do Professor Orientador

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

DAVID DE LIMA NASCIMENTO

EMPREENDEDORISMO NA EDUCAÇÃO: IDENTIFICAÇÃO DE NEGÓCIO NA  
VISÃO DOS PROPRIETÁRIOS DE INSTITUIÇÕES EDUCACIONAIS PRIVADAS  
DE JOÃO PESSOA - PB

Trabalho de Conclusão de Curso Aprovado em: \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

Banca Examinadora

---

Prof. Rosivaldo de Lima Lucena, Doutor  
Orientador

---

Prof. Arturo Rodrigues Felinto, Mestre  
Examinador

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço a Deus em primeiro lugar.

Ao meu orientador Rosivaldo de Lima Lucena, que mesmo afastado para Doutorado acreditou no meu trabalho, me incentivando e disponibilizando tempo para me direcionar e atender às minhas solicitações.

Aos empreendedores entrevistados que disponibilizaram seu precioso tempo para me atender e sanar minhas dúvidas com atenção e simpatia.

A todas as pessoas que contribuíram de alguma forma para a construção destetrabalho.

Obrigado a todos.

NASCIMENTO, David de Lima. **Empreendedorismo na Educação: Identificação de Negócio na Visão dos Proprietários de Instituições Educacionais Privadas de João Pessoa – PB.** Trabalho de Conclusão de Curso (Curso de Graduação em Administração) Universidade Federal da Paraíba, Campus I, João Pessoa – PB.

## RESUMO

Atualmente, vem crescendo a atenção pela identificação de oportunidade de negócio, visto que há um aumento da proporção de empreendedores por oportunidade, ou seja, empreendedores que planejaram, pesquisaram a respeito da oportunidade, o que aumenta a probabilidade de sucesso do negócio. O objetivo dessa pesquisa foi analisar o processo de identificação de oportunidades de negócios no ramo das Instituições Educacionais Privadas de João Pessoa – PB. Em função do crescimento das escolas privadas, este setor tem atraído um número cada vez maior de empreendedores, que identificam como um agente com grande papel social em nosso dia-a-dia, suprimindo a carência da rede oficial de ensino que não consegue se expandir na proporção das necessidades da população. Porém ainda são incipientes estudos que apontem os motivos que levaram os empreendedores a identificarem uma escola privada como uma oportunidade de negócio viável. Portanto, foi desenvolvida uma pesquisa qualitativa sobre as experiências dos proprietários de escolas privadas de João Pessoa – PB, através da História Oral. A parte inicial da pesquisa visou buscar referências teóricas que fornecessem conceitos bases sobre os temas centrais da pesquisa: empreendedorismo, identificação de negócio e o ramo das escolas privadas. Após a realização das entrevistas utilizando normas para a transcrição foi feita a análise dos relatos das histórias dos empreendedores. Como resultados estão aqui descritas quatro 'histórias' marcadas por luta e dedicação e nelas identificadas os principais fatores que contribuíram para abrir o negócio nesse ramo.

**Palavras-chave:** Empreendedorismo. Identificação de negócio. Instituições Educacionais Privadas de João Pessoa – PB.

.

## LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

GEM *Global Entrepreneurship Monitor*

SEBRAE Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

FENEP Federação Nacional as Escolas privadas

INEP Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira

CETEM Instituição Financeira integrante do grupo francês BNP Paribas



## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO.....</b>	<b>11</b>
1.1 DELIMITAÇÃO DO TEMA E FORMULAÇÃO DO PROBLEMA DE PESQUISA.....	12
1.2 JUSTIFICATIVA.....	13
1.3 OBJETIVOS.....	14
1.3.1 Objetivo Geral.....	14
1.3.2 Objetivos Específicos.....	14
<b>2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....</b>	<b>15</b>
2.1 CONCEITOS DE EMPREENDEDORISMO.....	15
2.2 IDENTIFICAÇÃO DE OPORTUNIDADES EMPREENDEDORAS.....	17
2.3 SETOR DA EDUCAÇÃO PRIVADA.....	20
<b>3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....</b>	<b>22</b>
3.1 QUANTO AO TIPO DE ESTUDO.....	22
3.1.1 Quanto aos Objetivos.....	22
3.1.2 Quanto ao procedimento.....	23
3.1.3 Quanto à Abordagem.....	23
3.2 UNIVERSO E AMOSTRA.....	23
3.3 TÉCNICAS DE COLETA DE DADOS.....	24
3.4 TRATAMENTO DOS DADOS.....	25

<b>4. ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS.....</b>	<b>26</b>
4.1 ABERTURA DO NEGÓCIO.....	26
4.1.1 Empreendedor A.....	26
4.1.2 Empreendedor B.....	27
4.1.3 Empreendedor C.....	28
4.1.4 Empreendedor D.....	28
4.2 PERFIL DOS EMPREENDEDORES.....	28
4.2.1 Empreendedor A.....	28
4.2.2 Empreendedor B.....	29
4.2.3 Empreendedor C.....	31
4.2.4 Empreendedor D.....	32
<b>5. CONCLUSÃO.....</b>	<b>29</b>
5.1 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	33
5.2 LIMITAÇÕES DA PESQUISA.....	36
5.3 SUGESTÕES PARA FUTURAS PESQUISAS.....	37
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>38</b>
<b>APÊNDICE A – PROTOCOLO DE ENTREVISTA.....</b>	<b>40</b>
<b>ANEXO A – NORMAS PARA TRANSCRIÇÃO.....</b>	<b>42</b>

## 1 INTRODUÇÃO

O empreendedor é uma pessoa que tem a capacidade de identificar vantagens econômicas de uma oportunidade, quando outras pessoas não conseguem.

Para o GEM- *Global Entrepreneurship Monitor*, o empreendedorismo é:

Qualquer atividade de criação de um novo negócio ou novo empreendimento, como por exemplo, uma atividade autônoma, uma nova empresa, ou a expansão de empreendimento existente, por um indivíduo, grupo de indivíduos ou por empresas já estabelecidas (GEM, 2013, p.5).

Baron e Shane (2007) definem o campo do empreendedorismo como a identificação, avaliação e exploração de oportunidades para criar bens e serviços futuros. Nesse sentido, a pesquisa em empreendedorismo deve, principalmente, demonstrar como determinados grupos de pessoas respondem a situações de oportunidade (SHANE; VENKATARAMAN, 2000; ARDICHVILI; CARDOZO; RAY, 2003).

Segundo Fillion (1991, *apud* FRIEDLAENDER, 2004) o empreendedor é uma pessoa criativa, caracterizada pela capacidade de definir e atingir objetivos e que detém uma visão acurada do ambiente em que está inserido e a usa para detectar oportunidades de negócios.

As oportunidades variam quanto à sua fonte. Fatores como mudanças na tecnologia atual e o surgimento de novas tecnologias (CHA; BAE, 2010), demanda de mercado não atendida (ANOKHIN, WINCENT; AUTIO, 2011), recursos subutilizados, mudanças políticas e regulatórias, mudanças de hábitos de consumo, necessidades dos clientes e apoio de órgãos de fomento (EKHARDT; SHANE, 2003) geram novas informações sobre como os recursos podem ser usados.

A importância da identificação de oportunidade de negócio foi verificada no relatório da GEM (2013), onde houve o aumento da proporção de empreendedores

por oportunidade, ou seja, empreendedores que planejaram, pesquisaram a respeito da oportunidade, o que aumenta a probabilidade de sucesso do negócio.

Pesquisa realizada pelo Sebrae (2007a, 2007b), em todas as Unidades da Federação, sugere a interação entre diferentes motivos para identificação de oportunidade de negócio. Entre as empresas extintas (Sebrae, 2007a), 70% dos antigos proprietários alegaram ter aberto sua empresa movidos pelo desejo de aumentar a renda; 60% pelo desejo de ter seu próprio negócio; 40% pela identificação de uma oportunidade de negócios, etc. Observa-se que a soma das parcelas obtidas em cada um dos motivos é muito superior ao total de respondentes (100%). Isso indica que um mesmo indivíduo alegou ter sido movido ao empreendedorismo por mais de um motivo, ao mesmo tempo.

Para Aldrich e Cliff (2003), estudiosos do empreendedorismo finalmente concordam que “um aspecto fundamental do empreendedorismo envolve a identificação de oportunidades” (p. 572), traduzida, frequentemente, por meio da criação de um novo empreendimento.

## 1.1 DELIMITAÇÃO DO TEMA E FORMULAÇÃO DO PROBLEMA DE PESQUISA

O Setor da Educação tem atraído muito empreendedores, por ser um mercado promissor nos últimos anos, pois existe uma tendência da sociedade de buscar uma educação de melhor qualidade, e os exames comprovam que as escolas que adotam sistemas de ensino consagrados obtêm melhor desempenho.

Uma grande oportunidade de negócio atualmente é a escola privada, que exerce hoje importante papel social em nosso diaadia, suprimindo a carência da rede oficial de ensino que não consegue se expandir na proporção das necessidades da população.

De acordo com a Federação Nacional as Escolas privadas - FENEP, o número de alunos matriculados na rede particular de ensino em todo país aumentou 24% desde 2007. E a tendência é que o brasileiro invista 13,5% a mais em educação em 2012.

Dados do Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira - INEP, órgão do Ministério da Educação, afirma que Entre 2010 e 2011,

houve acréscimo de 358 mil matrículas na rede privada, totalizando 7.560.382 alunos. Já a rede pública registrou leve declínio, o total de matrículas baixou de 43.989.507 para 43.053.942.

Considerando esse contexto, é importante analisar o processo de identificação de oportunidades empreendedoras para educação privada. Isso será fundamental para entender o motivo que levou os empreendedores a identificarem uma escola privada como uma oportunidade de negócio viável. Desse modo, surge a seguinte questão:

Como ocorre o processo de identificação de oportunidades de negócios no ramo das escolas particulares da Cidade de João Pessoa?

## 1.2 JUSTIFICATIVA

A identificação de uma oportunidade é o ponto principal do processo de empreendedorismo (KIZNER, 1973; VENKATARAMAN, 1997; SHANE; VENKATARAMAN, 2000; BARON; SHANE, 2007; GREGOIRE; SHEPHERD, 2012).

A importância de identificação da oportunidade de negócio foi verificada no relatório de 2013 da GEM, onde houve o aumento da proporção de empreendedores por oportunidade, ou seja, empreendedores que planejaram, pesquisaram a respeito da oportunidade, o que aumenta a probabilidade de sucesso do negócio.

Segundo Ucbasaran, Westhead e Wright (2009), os empresários que podem processar informações de forma eficiente geralmente têm mais recursos cognitivos à sua disposição. Porém até mesmo os indivíduos mais qualificados e experientes podem não identificar boas oportunidades. Além disso, acredita-se que o nível do alerta empresarial (facilidade de identificar oportunidade) é maior quando há uma coincidência de vários fatores: certos traços de personalidade, prévio conhecimento e experiência e uma grande rede de laços sociais.

Ardichvili, Cardozo e Ray (2003) afirmam ainda que, quanto maior o número de eventos de identificação de oportunidades bem sucedidos, maior a probabilidade de sucesso futuro na identificação de outros eventos de oportunidade.

Para tanto, esta pesquisa fará uma análise dos reais motivos que levam os empreendedores a identificarem uma escola privada como um negócio viável, para que se possa entender quais os fatores essenciais para o surgimento de um empreendimento deste ramo.

### 1.3 OBJETIVOS

#### 1.3.1 Objetivo Geral

- ✓ Analisar o processo de identificação de oportunidades de negócios no ramo das escolas particulares da Cidade de João Pessoa.

#### 1.3.2 Objetivos específicos

- ✓ Traçar o perfil desses empreendedores;
- ✓ Identificar os principais motivos que levaram ao surgimento do negócio;
- ✓ Verificar os fatores que favoreceram e desfavoreceram o surgimento do empreendimento;
- ✓ Identificar quais os recursos utilizados para adquirir os conhecimentos e habilidades necessárias para a criação do negócio;
- ✓ Identificar os elementos essenciais para o sucesso do negócio.

## 2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

### 2.1 CONCEITOS DE EMPREENDEDORISMO

A palavra empreendedorismo é um neologismo derivado da tradução da palavra *entrepreneurship*, palavra francesa utilizada no século XII para designar estudos relativos ao empreendedor, seu perfil, suas origens, suas atividades e seu universo de atuação (DOLABELA, 2003, p.43).

Para Kirzner (1979), o empreendedor é aquele que se encontra sempre em estado de alerta, para descobrir e explorar novas oportunidades. Esta capacidade de estar alerta constituir-se-ia a principal característica de tais indivíduos. São, sempre, os primeiros a identificar oportunidades lucrativas de negócios.

Segundo Woods (2006), Kirzner (1979) foi o primeiro pensador a articular uma teoria do empreendedor baseada no conceito de alerta. Na visão de Kirzner (1979), a capacidade de estar alerta expressaria e refletiria, inclusive, motivações pessoais, aspirações e sonhos do próprio empreendedor. Para McClelland (1972) são os valores, as motivações humanas e a necessidade de auto-realização que movem indivíduos na busca de atividades empreendedoras.

Indivíduos com elevado nível de necessidade de realização e conquista, apresentam maior propensão a perseguir desafios, de maneira relativamente autônoma. Como salientado por Schatz (1971, p. 183), tais pessoais possuem “uma propensão particularmente forte a apresentar bom desempenho em situações nas quais indivíduos esperam ser avaliados por padrão superior de desempenho”. São esses os indivíduos talhados para o empreendedorismo. Eles almejam e buscam autonomia, independência e desafios moderados.

Segundo Fillion (1991, *apud* FRIEDLAENDER, 2004) o empreendedor é uma pessoa criativa, caracterizada pela capacidade de definir e atingir objetivos e que detém uma visão acurada do ambiente em que está inserido e a usa para detectar oportunidades de negócios.

Para Dolabela (2003, p.68), o empreendedor é uma pessoa que busca definir o que vai fazer, como fazer e em que contexto, ao fazer isso leva em consideração

seus sonhos, desejos e o estilo de vida que pretende ter, com isso o mesmo dedica-se intensamente ao trabalho que para ele é uma forma de também obter prazer.

Para Dolabela (2003, p.68), não podemos considerar empreendedor somente aquele indivíduo que cria uma empresa, o conceito de empreendedor é mais abrangente; chama-se empreendedor aquele que inova, seja nos produtos, processos ou serviços em uma nova organização ou em uma já existente no mercado.

Segundo Bernhoeft (1997, p. 40) “uma das mais importantes características do empreendedor é a sua capacidade de transformar um problema em uma oportunidade”.

Outros vêm sugerindo que as motivações para empreender extrapolam o tema oportunidade e necessidade (Sebrae, 2007a, 2007b; Sivapalan&Balasundaram, 2012; Smallbone&Welter, 2001;Storey, 2006; Ummah&Gunapalan, 2012; Vale *et al.*, 1998; Williams *et al.*, 2009; Williams & Round,2009; Woods, 2006).

Cada autor elenca um conjunto de motivos. Para Storey (2006), por exemplo, os motivos ou fatores que influenciam a escolha entre se tornar ou não um empreendedor são três: talento, atitude face ao risco e fatores pessoais. Ummah e Gunapalan (2012), enfocando fatores pessoais e sucesso, identificam três (personalidade, *background* familiar e suporte institucional). Pozin (2013) trabalha com 10 motivos, incluindo: oportunidade, autonomia, liberdade, realização, família (especificamente, mais tempo e flexibilidade para cuidar da família), etc. Vale, Aguiar e Andrade (1998) utilizam 12 motivos. O Sebrae (2007a, 2007b) utiliza 13 motivos.

Esses estudos, em sua maioria, abraçam o pressuposto da motivação múltipla, sem maiores preocupações com uma aferição prévia. Pesquisa realizada pelo Sebrae (2007a, 2007b), por exemplo, em todas as Unidades da Federação, sugere a interação entre diferentes motivos. Entre as empresas extintas (Sebrae, 2007a), 70% dos antigos proprietários alegaram ter aberto sua empresa movidos pelo desejo de aumentar a renda; 60% pelo desejo de ter seu próprio negócio; 40% pela identificação de uma oportunidade de negócios, etc.

Observa-se que a soma das parcelas obtidas em cada um dos motivos é muito superior ao total de respondentes (100%). Isso indica que um mesmo indivíduo alegou ter sido movido ao empreendedorismo por mais de um motivo, ao mesmo tempo.



Para Aldrich e Cliff (2003,p.572), estudiosos do empreendedorismo finalmente concordam que “um aspecto fundamental do empreendedorismo envolve a identificação de oportunidades” (p. 572), traduzida, frequentemente, por meio da criação de um novo empreendimento.

## 2.2 IDENTIFICAÇÃO DE OPORTUNIDADES EMPREENDEDORAS

A identificação de uma oportunidade é o ponto principal do processo de empreendedorismo (KIZNER, 1973; VENKATARAMAN, 1997; SHANE; VENKATARAMAN, 2000; BARON; SHANE, 2007; GREGOIRE; SHEPHERD, 2012).

No presente estudo, foi utilizado o termo "identificação" em vez de "reconhecimento" ou "criação" de oportunidades, conforme interpretação de Detienne e Chandler (2007). O entendimento desses autores que consideram, “reconhecimento” traz consigo uma perspectiva ontológica presumida que as oportunidades "existem apenas lá fora, distante" e é papel do empreendedor apenas reconhecê-las. Quanto à “criação”, afirmam os autores, é um termo limitado, pois abrange apenas as situações em que o indivíduo cria as oportunidades, excluindo outras possibilidades, tal qual o “reconhecimento”. Detienne e Chandler (2007) consideram o termo “identificação” mais abrangente, vez que inclui os dois anteriores: as potenciais oportunidades já existentes no ambiente e as oportunidades que são criadas pelos empreendedores.

Levando em conta a relevância das micro e pequenas empresas para o mercado local e nacional, faz-se necessário que os empreendedores sejam capazes de identificar negócios em potencial. A visão e a criatividade dos mesmos são características essenciais na abertura de novas empresas, as quais podem ser mais bem aproveitadas com a capacidade do empreendedor. No mercado empresarial, existem muitos fracassos, ocasionados por diversos motivos (CASSIDY, 2011).

Ainda, de acordo com o SEBRAE (2011), a mortalidade das empresas brasileiras se mantém acima de 20%, dependendo do período de existência.

A identificação dos fatores que podem determinar uma boa oportunidade de negócio é um diferencial para o posterior sucesso e também para a fundação de uma empresa. O conhecimento do ambiente em que se procura estabelecer uma

relação de mercado é essencial quando se pensa em diminuir, ao máximo, os riscos decorrentes da falta de informação. A importância do empreendedor se faz presente em várias camadas da sociedade, visto que o mesmo é responsável direto pela instauração e manutenção das mais variadas organizações integrantes do mercado. Assim, é perceptível o seu valor para a economia e o local onde atua (RAMALHO; SOARES; ARAÚJO, 2013)

Bono (1989), Degen (2009) e Cangussu (2009) concordam que a escolha da área de atuação não pode se basear apenas no lucro, e que o empreendedor necessita de realização profissional para se satisfazer. Deustch (2010), por outro lado, ratifica e acrescenta que alguém que busca apenas o retorno financeiro estará fadado ao fracasso.

Hirisch e Peters (2004), por sua vez, defendem a escolha do nicho em que o empreendedor pretende atuar, com a ideia de que a definição objetiva do mercado-alvo fornece diversas informações indispensáveis para se traçar a estratégia mais adequada a ser tomada no gerenciamento da organização, ou seja, segmentar, para os autores, é “o processo de divisão do mercado em pequenos grupos homogêneos” (HIRISCH; PETERS, 2004, p. 247).

Percebe-se, dessa forma, que na visão de Baron e Shane (2007), algumas pessoas estão mais aptas do que outras a identificar oportunidades porque têm melhor acesso a determinados tipos de informação e são capazes de utilizar essa informação tão logo as tenham. Nesse contexto, os empreendedores usam informações para criar produtos ou serviços e vendê-los com vistas ao lucro empresarial (SHANE; VENKATARAMAN, 2000; GRUBER; MACMILLAN; THOMPSON, 2013). Kirzner (1973) relata que o papel do empreendedor é identificar e explorar oportunidades para obter vantagens econômicas que outras pessoas não conseguem.

As oportunidades variam quanto à sua fonte. Fatores como mudanças na tecnologia atual e o surgimento de novas tecnologias (CHA; BAE, 2010), demanda de mercado não atendida (ANOKHIN, WINCENT; AUTIO, 2011), recursos subutilizados, mudanças políticas e regulatórias, mudanças de hábitos de consumo, necessidades dos clientes e apoio de órgãos de fomento (EKHARDT; SHANE, 2003) geram novas informações sobre como os recursos podem ser usados.

O conhecimento do setor do novo negócio é outro fator que pode ajudar a determinar os tipos e volume de oportunidades disponíveis para a identificação e exploração (ECKHARDT; SHANE, 2003; SHORT *et al*, 2010).

Shook, Priem e McGee (2003) destacam que a posse de informações e o conhecimento do setor podem permitir que algumas pessoas, mesmo que não estejam ativamente à procura de oportunidades, vejam particularidades de oportunidades que outros não conseguem perceber.

Shane (2000) mostra que existem três tipos de capital humano específico que impactam a capacidade de identificar oportunidades: o conhecimento prévio do mercado; o conhecimento prévio de maneiras para atender aos mercados; e o conhecimento prévio dos problemas dos clientes.

Esses três tipos de capital humano possibilitam a identificação de um maior número de oportunidades. Afirma ainda o referido autor que qualquer empreendedor vai descobrir somente aquelas oportunidades relacionadas com o seu conhecimento prévio, pois é de acordo com o conhecimento prévio que o indivíduo dará (ou não) valor à nova informação.

Nessa mesma linha de pensamento, Grégoire e Shepherd (2012) afirmam que quanto menor conhecimento cognitivo, menor será a crença de que a oportunidade trará retorno positivo.

Nesse sentido, teóricos cognitivos sugerem que os empreendedores experientes podem alavancar sua experiência prévia e conhecimento para processar a informação de forma mais eficiente (UCBASARAN; WESTHEAD; WRIGHT, 2009).

Ainda segundo Ucbasaran, Westhead e Wright (2009), os empresários que podem processar informações de forma eficiente geralmente têm mais recursos cognitivos à sua disposição, o que pode permitir que eles processem mais rapidamente e qualitativamente as informações.

Porém até mesmo os indivíduos mais qualificados e experientes podem não identificar boas oportunidades (DIMOV, 2010). Ardichvili, Cardozo e Ray (2003) acreditam que esse fato acontece devido à heterogeneidade na sensibilidade das pessoas para criação e fornecimento de um novo valor.

Chandler, Lyon e Detienne (2005) mostram que as diferenças entre indivíduos relacionados ao capital humano estão relacionadas com a seleção e aplicação de diferentes formas de identificação de oportunidade.

Ardichvili, Cardozo e Ray (2003) definem que determinados indivíduos têm uma propensão a prestarem “mais atenção” a mudanças e oportunidades. Essa propensão é definida como alerta empresarial. O nível do alerta empresarial é provável que seja maior quando há uma coincidência de vários fatores: certos traços de personalidade, prévio conhecimento e experiência e uma grande rede de laços sociais. Os autores afirmam ainda que, quanto maior o número de eventos de identificação de oportunidades bem - sucedidos, maior a probabilidade de sucesso futuro na identificação de outros eventos de oportunidade.

## 2.3 SETOR DA EDUCAÇÃO PRIVADA

De acordo com Cunha (2012), a educação escolar no Brasil nasceu em 1553 a partir da iniciativa privada, quando os franciscanos fundaram, na Bahia, o primeiro estabelecimento de ensino.

A atuação da escola privada na educação brasileira deu-se de forma ininterrupta na história do país, efetivando uma contribuição importante à formação e ao desenvolvimento da sociedade brasileira.

Em função do crescimento da classe média, a partir dos anos 1960, e da dificuldade da escola confessional (se baseia na religião) em acompanhar o crescimento da demanda, os estabelecimentos escolares mantidos por educadores e empresários da educação se vêem em um ambiente que possibilita o crescimento a partir dos anos 1970.

Segundo Cunha (2012), o desenvolvimento econômico do país, a precária qualidade do ensino público e a melhora crescente da qualidade do serviço educacional prestado pela escola particular propiciam o crescimento do setor privado, isto é, motivado por empresários e dirigentes extremamente competentes e organizados na gestão educacional.

O Brasil, é quase sinônimo de escola privada. As famílias, aliás, já percebem que a qualificação constitui fator determinante para a melhoria de vida. Dados da Tendência Consultoria apontam que pessoas que completam o ensino fundamental recebem salários cerca de 13% superiores aos pagos a quem não chega ao fim desse ciclo. Para quem vai mais adiante, a notícia é ainda melhor: quem se forma no ensino médio ganha, em média, 43% a mais do que quem termina apenas o

fundamental. Se concluir a faculdade, o acréscimo sobre os vencimentos de quem chegou ao nível médio chega a 100%.

De acordo com a (Veja,2010), outros fatores que impulsionam os sistemas de ensino são a própria evolução na economia e as mudanças da sociedade brasileira. Nos últimos cinco anos, a classe média cresceu. Em números da Cetelem, empresa financeira do grupo francês BNP Paribas, o avanço foi de 50%. Ou seja, o grupo social ganhou um contingente estimado em 26,1 milhões de pessoas.

De acordo com a Federação Nacional as Escolas privadas - FENEP, o número de alunos matriculados na rede particular de ensino em todo país aumentou 24% desde 2007. E a tendência é que o brasileiro invista 13,5% a mais em educação em 2012.

Somente no estado de São Paulo, entre 2006 e 2008, o número de alunos da rede privada cresceu 21%, de acordo com dados da Federação Nacional de Escolas Particulares (Fenep). A penetração dos sistemas de ensino nas escolas particulares é de 35%: e deve subir para 42% nos próximos anos, segundo a Hoper.

Dados do INEP - Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira, órgão do Ministério da Educação, afirma que entre 2010 e 2011, houve acréscimo de 358 mil matrículas na rede privada, totalizando 7.560.382 alunos. Já a rede pública registrou leve declínio, o total de matrículas baixou de 43.989.507 para 43.053.942.

Dados do Censo da Educação Básica de 2013, mostram que o número de alunos matriculados em escolas particulares subiu 14% de 2010 a 2013, passando de 7,5 milhões para 8,6 milhões. No mesmo período, a quantidade de estudantes em instituições públicas recuou 5,8%, caindo de 43,9 milhões para 41,4 milhões.

Em função desse panorama de crescimento das escolas privadas, este setor tem atraído um número cada vez maior de empreendedores, que identificam como um agente com grande papel social em nosso dia-a-dia, suprimindo a carência da rede oficial de ensino que não consegue se expandir na proporção das necessidades da população.

### **3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS**

Esse capítulo abordará os procedimentos metodológicos que foram adotados na pesquisa e os principais motivos que levaram a sua escolha.

#### **3.1 QUANTO AO TIPO DE ESTUDO**

O presente estudo visa buscar resultados que possam vir a resolver problemas reais, de cunho prático, sendo assim denominada pesquisa aplicada. Como o próprio nome diz, a pesquisa aplicada caracteriza-se por seu interesse prático, isto é, que os resultados sejam aplicados ou utilizados, na solução de problemas que ocorrem na realidade (MARCONI e LAKATOS, 1996, p-19). Segundo Vergara (2008, p-47) “a pesquisa aplicada é fundamentalmente motivada pela necessidade de resolver problemas concretos, mais imediatos, ou não”.

Ao analisar os fatores utilizados pelos empreendedores de sucesso, será possível identificar dos reais motivos que levam os empreendedores a identificarem uma escola privada como um negócio viável.

##### **3.1.1 Quanto aos Objetivos**

No que tange aos objetivos, o estudo pode ser classificado como uma pesquisa de caráter descritivo, cujo foco é a exposição de características da população ou de uma parte dela. De acordo com Gil (1989, p-46), “as pesquisas descritivas têm como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou, então, o estabelecimento de relações entre variáveis”. A pesquisa descritiva, segundo Marconi e Lakatos (1996, p-19) aborda em seu estudo quatro aspectos: “descrição, registro, análise e interpretação de fenômenos atuais, objetivando o seu funcionamento no presente”.

Diante disso, buscar-se-á com o estudo, a descrição do perfil dos empreendedores de sucesso, os fatores que favorecerem para o surgimento do

empreendimento com o intuito de analisar de que maneira esses fatores levaram ao sucesso dos seus empreendimentos.

### **3.1.2 Quanto ao Procedimento**

No que se refere ao procedimento adotado na pesquisa, será utilizado o levantamento de coleta de dados. Esse tipo de estudo “caracteriza-se pela interrogação direta das pessoas cujo comportamento ou características se deseja conhecer”, afirma Gil (1989 p-56).

Através do levantamento de dados diretamente com os empreendedores será possível identificar nas mesmas, aspectos relevantes para o estudo que por ventura em outros métodos não ficariam nítidos, como por exemplo, características implícitas e/ou inquietudes em relação a determinados assuntos. Além disso, poder-se-á estabelecer uma relação interpessoal o que permitirá que os empreendedores fiquem se sintam à vontade para contar sua história de vida.

### **3.1.3 Quanto à Abordagem**

O método de abordagem utilizado na pesquisa será predominantemente Qualitativo, esse método tem como principal objetivo interpretar o fenômeno observado. Neves (1996), afirma que a abordagem qualitativa “compreende um conjunto de diferentes técnicas interpretativas que visa descrever e decodificar os componentes de um sistema complexo”.

A pesquisa pretende analisar os depoimentos e interpretá-los, dessa forma a abordagem qualitativa procurará entender as razões e motivos que levaram esses empreendedores a identificarem a escola privada como um negócio viável.

### 3.2 UNIVERSO E AMOSTRA

O Universo segundo Marconi e Lakatos (1996) corresponde a “um conjunto de seres animados ou inanimados que apresentam pelo menos uma característica em comum”. Tomando por base essa definição, podemos perceber que o universo dessa pesquisa são os empreendedores de escolas particulares de João Pessoa – PB.

A amostra é uma porção ou parcela da população ou universo; corresponde a um subconjunto do universo (MARCONI e LAKATOS, 1996, p-37). A amostragem pode ser considerada probabilística e não probabilística. A amostragem probabilística caracteriza-se pela possibilidade de ser submetida a tratamentos estatísticos; já a amostragem não-probabilística, não fazendo uso de formas aleatórias de seleção, torna-se impossível a aplicação de formulas estatísticas (MARCONI e LAKATOS, 1996).

O presente estudo usou para a sua pesquisa a amostragem não-probabilística e sua amostra será definida pelo critério de acessibilidade, sendo constituída por 4 Empreendedores que obtiveram sucesso em seus negócios, localizadas em bairros distintos da Cidade de João Pessoa – PB.

### 3.3 TÉCNICA DE COLETA DE DADOS

Foram utilizados na pesquisa como fontes de coleta de dados os métodos: Entrevista Não- estruturada e História Oral. A Entrevista é “uma técnica de coleta de informações sobre determinado assunto, diretamente solicitadas aos sujeitos pesquisados” afirma Severino (2007). É um procedimento no qual se faz perguntas a alguém, oralmente, que lhe responde (VERGARA 2008). A entrevista não-estruturada é uma das modalidades de entrevista e é caracterizada pela liberdade que o pesquisador tem para desenvolver situações e direções que achar conveniente, é uma forma de poder explorar mais amplamente um assunto (MARCONI e LAKATOS, 1996).

A História Oral é um método de pesquisa que “visa ao estudo e ao registro de acontecimentos, histórias de vida, trajetórias de organizações, que permitam



acessar temas históricos contemporâneos através de pessoas que ainda estão vivas” afirma Vergara (2005).

### 3.4 TRATAMENTO DOS DADOS

Os dados obtidos através da Entrevista e da História Oral serão tratados gravados e posteriormente transcritos, sendo apresentados de forma estruturada e posteriormente analisados e interpretados.

Devido ao caráter predominantemente qualitativo da pesquisa, os dados serão tratados de forma não-estatística, de modo a analisar os depoimentos dos empreendedores e interpretá-los de acordo com a necessidade do estudo.

## **4 ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS RESULTADOS**

Nesta pesquisa foram entrevistados quatro empreendedores no ramo da Educação Privada, desde a Educação Infantil ao Ensino Superior, com o objetivo de analisar como esses empreendedores identificaram a oportunidade de negócio, etapa fundamental para o processo de empreendedorismo.

Para tanto, foi necessário investigar através do relato das suas histórias, as principais motivações que os levaram a empreender, os fatores que favoreceram e dificultaram a criação do negócio, suas principais características como empreendedores.

As histórias dos empreendedores são marcadas principalmente pela persistência e prazer pelo que faz, e especificidades também foram encontradas, o que tornou cada história única e especial. Para identificar os empreendedores sem que sua identidade fosse revelada, as mesmas foram intituladas com letras de A até D, a estrutura do capítulo é apresentada a seguir.

Será abordado o contexto em que a empresa foi criada, a motivação que os levaram a empreender e verificar fatores que (des) favoreceram o surgimento do negócio.

Num segundo momento abordara-se-á o perfil dos empreendedores e suas características mais importantes para o sucesso do negócio.

### **4.1 PERFIL DOS EMPREENDEDORES**

#### **4.1.1 Empreendedor A**

O empreendedor em questão recebeu influências do seu pai comerciante. Sempre observava seu pai na juventude e admirou o fato de seu pai ser autônomo e conseguir sustentar a família de 6 filhos.

Porém este empreendedor, optou por fazer um Curso Superior na área de Computação, pois seu pai sempre o estimulou aos estudos. Mas como diz o entrevistado: "a imagem do meu pai comandando o seu negócio ficou na minha

cabeça", e mesmo sendo contemplado em um concurso público para professor de Ensino Superior, a vontade de ser empresário sempre permaneceu.

Quanto ao perfil do empreendedor A, Friedlaender (2004), "o empreendedor sente necessidade de se realizar, de vencer obstáculos, romper rotinas, definir e alcançar seus objetivos, quebrar paradigmas". A inovação, segundo o entrevistado foi a sua principal característica no momento da abertura do negócio. "Não haviam empresas desse ramo no estado da Paraíba...ví que seria uma boa oportunidade".

Outra característica importante para a concepção do negócio foi o seu conhecimento adquirido em 20 anos de educação na formação de tecnólogos de TI.

Para Shook, Priem e McGee (2003) destacam que a posse de informações e o conhecimento do setor podem permitir que algumas pessoas, mesmo que não estejam ativamente à procura de oportunidades, vejam particularidades de oportunidades que outros não conseguem perceber.

#### **4.1.2 Empreendedor B**

Em relação ao perfil do empreendedor B, o sucesso da sua empresa deu-se pela sua determinação em não desistir. Mesmo com poucos recursos e por ter concluído apenas o ensino médio, ele possuía tempo disponível para se dedicar plenamente ao negócio.

Deste modo, essa característica foi fundamental para o sucesso do seu negócio, e alinha-se ao que Dolabela (2003, p.68) afirma: o empreendedor é uma pessoa que busca definir o que vai fazer, como fazer e em que contexto, ao fazer isso leva em consideração seus sonhos, desejos e o estilo de vida que pretende ter, com isso o mesmo dedica-se intensamente ao trabalho que para ele é uma forma de também obter prazer.

Ele participa de várias ações da escola, prepara material de consumo, organiza as salas, compra material, fiscaliza a entrada e saída de alunos entre outros. O empreendedor B, dedica-se inteiramente a realizar seus desejos e sonhos e essa característica o impulsiona e motiva a enfrentar os desafios que por ventura apareçam.

#### **4.1.3 Empreendedora C**

Esta empreendedora possui importantes habilidades gerenciais, as quais foram observadas no momento da entrevista, como determinação, observada através da frase "acredito no que faço e tenho paixão pelo que faço", liderança, organização, e positivismo e habilidades técnicas a partir da sua vasta experiência em pedagogia, 31 anos de atuação.

As principais características que ela julga como essenciais para o sucesso do seu negócio foi sua determinação, possuir habilidades gerenciais e experiência em pedagogia.

Segundo Dornelas (2005), os fatores importantes ligados ao empreendedor podem definir o perfil do empreendedor de sucesso. Na visão de Dornelas, o empreendedor de sucesso possui características extras, além dos atributos do administrador, e alguns atributos pessoais que, somados às características sociológicas e ambientais, permitem o nascimento de uma nova empresa.

Ainda de acordo com Dornelas (2005), uma das principais características de um empreendedor de sucesso é a determinação, através da implementação de ações com total comprometimento. Atropelam as adversidades, ultrapassando os obstáculos, com uma vontade ímpar de fazer acontecer. Mantêm-se sempre dinâmicos e cultivam certo inconformismo diante da rotina.

Outra característica apontada pelo autor, e também verificada na entrevistada, é a sua dedicação, por dia ela trabalha 14 horas. Segundo Dornelas (2005), são trabalhadores exemplares, encontram energia para continuar, mesmo quando encontram problemas à frente. São incansáveis e loucos pelo trabalho.

#### **4.1.4 Empreendedora D**

As características mais importantes que ela julga que favoreceu o sucesso do negócio foi seu prazer em trabalhar com crianças, fazer parte do desenvolvimento delas. "Amo meus pequenos e fazer parte da construção da identidade individual e também coletiva, é o que me motiva sempre", para ela ter prazer pelo que faz, é o segredo, a chave do sucesso. E também sua experiência na área da educação, ela já trabalha como professora polivalente há 20 anos no município de João Pessoa.

Ela não realizou nenhuma pesquisa de mercado, pois não havia concorrência na época. Isso também foi um ponto que favoreceu a abertura do negócio: "se fosse para abrir a empresa hoje, teria que investir bastante dinheiro para poder concorrer de igual para igual como as grandes empresas que vem de outros estados".

## 4.2 ABERTURA DO NEGÓCIO

### 4.2.1 Empreendedor A

Ele percebeu que faltavam instituições no ramo dentro do estado da Paraíba, que fornecessem cursos na área de Tecnologia da Informação, e com preço acessível.

Para o entrevistado, a principal motivação para abrir o empreendimento, foi a vontade de gerir seu próprio negócio, juntamente com a motivação como cidadão de fornecer um ensino de qualidade na área de TI.

A busca por maior liberdade, realização, autonomia e independência financeira, além da satisfação com a atividade empreendedora sobre suas vidas são fatores que impulsionam os empreendedores, de acordo com Silveira e Gouvêa (2008).

O fato de ter 20 anos de experiência na educação, tanto lecionando quanto ocupando cargos de chefia, favorecem para surgimento da Empresa. O capital obtido para implantar o negócio, foi por recursos próprios, e recebeu apoio moral dos familiares, o que ele considera fundamental para a abertura da empresa.

Ele sentiu dificuldades de localizar profissionais habilitados para atuar na área de TI. "Simplesmente não existia". A empresa A, uma faculdade de Ensino Superior na área de TI, precisava de grandes investimentos, portanto haviam mais 5 sócios na empresa. Eles começaram então com poucos profissionais, e a medida que iam crescendo, aumentaram mais o corpo docente.

A faculdade estava localizada em um Shopping na Orla Marítima de João Pessoa – PB, ocupando grande espaço no último andar, e consequentemente um custo expressivo todo mês. Os materiais pedagógicos eram em formato digital, por isso necessitava de um computador para cada aluno. Além de que esses computadores possuíam componentes de última geração, capazes de suportar

softwares robustos e o sistema de servidores. Por isso, os gastos com consumo de energia eram bastante elevados acarretando num custo mensal também alto.

Em 2014, a concorrência acirrada com as grandes redes do ramo, que a cada dia inauguravam mais unidades, estrategicamente localizadas e cada vez mais modernas, tornava insustentável a permanência no mercado. Portanto, a empresa entrou no processo de falência, após 6 anos de mercado, devido à grande concorrência de empresas mais experientes e com maior valor comercial dentro do mercado de TI.

A empresa não possuía recursos suficientes para investir em mais equipamentos, espaço físico, profissionais, capacitações, enfim, como afirma o entrevistado: "fomos aniquilados, competíamos com grandes empresas conhecidas, que cobravam mensalidades inferiores a nossa".

Os sócios estavam insatisfeitos com o retorno de seus investimentos, e o fato de uma Empresa como essa, precisar ter um grande capital de giro, esse conflito de interesses, gerou a decisão de vender a Empresa com o menor prejuízo possível.

#### **4.2.2 Empreendedor B**

O empreendedor B, sempre trabalhou na área de Educação. Começou prestando serviços administrativos em escolas públicas, porém nunca pôde se dedicar aos estudos plenamente, pois precisava trabalhar para sustentar a sua família e finalizou apenas o Ensino médio.

Sempre foi humilde e não possuía recursos para abrir uma escola, que segundo ele, esse sempre foi o seu sonho. A sua esposa também era da área de Educação, e quando se formou em Pedagogia em 1993, foi o ponto inicial do surgimento do negócio.

No bairro em que morava havia muita carência de escolas, até mesmo para seus filhos. Com o apoio de sua esposa, decidiram abrir a escola que se destinava ao ensino de crianças dentre 3 a 10 anos.

O entrevistado disse que possuía pouquíssimos recursos, e que apenas conseguiu preencher os requisitos básicos exigidos pela legislação. Os custos com a manutenção da escola eram elevados, e a mensalidade tinha que ser compatível

com o poder aquisitivo da população local, deste modo, não havia se quer lucros, apenas despesas para o empreendedor.

Ele afirma, que em toda a história da escola, pensou em desistir, mas o dia-dia com as crianças e as famílias, sempre o motivou para continuar. Assim, ele conteve gastos, fez pequenos investimentos que deram resultados imediatos. A escola hoje, é muito conhecida no bairro, pelo reconhecimento da responsabilidade e dedicação do proprietário, e mensalidade acessível. A escola possui 22 anos de existência no mercado.

Para o entrevistado, a principal motivação para abrir o empreendimento, inicialmente foi obter uma fonte de renda, necessidade financeira, mas segundo o empreendedor, atualmente o que o motiva é ver a sua contribuição social para a educação das crianças, assim afirma a seguir: "É muito bom saber que aquela criança pequeninha, hoje tem uma formação e uma profissão".

Ardichvili, Cardozo e Ray (2003) definem que determinados indivíduos têm uma propensão a prestarem "mais atenção" a mudanças e oportunidades. Essa propensão é definida como alerta empresarial. O nível do alerta empresarial é provável que seja maior quando há uma coincidência de vários fatores: certos traços de personalidade, prévio conhecimento e experiência e uma grande rede de laços sociais.

Apesar de não ter tanto conhecimento na área de Educação, pois obtinha apenas o Ensino médio, o empreendedor havia trabalhado em várias escolas em cargos administrativos, o que proporcionou também para ampliar sua rede de laços sociais, fator este, significativo para prospecção de alunos no início da formalização da empresa.

Porém, em 2013, por motivo de dívidas tributárias a empresa fechou e reabriu com um novo CNPJ. Foram quitadas as dívidas pendentes da antiga empresa e institui um novo conceito de contenção de gastos, conhecimentos estes, adquiridos em capacitações oferecidas pelo SEBRAE.

#### **4.2.3 Empreendedora C**

Esta empreendedora, é filha de pedagoga e comerciante, natural do Rio de Janeiro. Por influência de sua mãe, formou-se em pedagogia e sempre soube que queria seguir carreira na educação.

Na década de 80, veio morar em João Pessoa, e precisou matricular seu filho de apenas 5 anos. Porém não ficou satisfeita com a qualidade do ensino, e decidiu abrir uma escola em 1984, que atendesse a uma filosofia de educação familiar, primando pelo respeito ao próximo, desde a educação infantil até o ensino médio.

Recebeu apoio do seu esposo, funcionário do Banco do Brasil, o que considera fundamental desde a abertura da empresa até os dias atuais, eles estão casados a 46 anos, tendo 31 anos de atuação na empresa.

Ela afirma que no início sentiu dificuldades para contratar funcionários capacitados, e que o capital financeiro foi oriundo de pessoas que acreditavam na ideia, familiares e amigos próximos.

Na opinião da empreendedora o que a levou a abrir o negócio, inicialmente foi a necessidade de propiciar ao seu filho uma educação de qualidade. Segundo Bernhoeft (1997,p.40) " uma das mais importantes características do empreendedor é a sua capacidade de transformar um problema em uma oportunidade de negócio".

Aliado a isso, a necessidade de inovar, de oferecer a sociedade uma educação diferenciada. Ela afirma também que ama a área de educação, e que este fator foi imprescindível para alcançar o sucesso.

#### **4.2.4 Empreendedora D**

O empreendedorismo por amor pelo que faz, também foi identificado na empreendedora D, assim como pela necessidade em ajudar seus pais nas despesas de casa. Neste caso, ela era filha de pais comerciantes, uma família grande e humilde. Ela sempre gostou de estudar, e por isso era uma aluna bastante comprometida e esforçada. Gostava de ajudar seus irmãos nas tarefas de casa, e sentia que tinha vocação para lecionar e por isso começou a dar aulas de reforço para poder contribuir nas despesas de casa. A entrevistada tinha o desejo de ajudar a sua família, "qual era a maneira que eu poderia ajudar? se eu pelo menos



conseguisse a minha independência... se eu conseguisse alguma fonte de renda que pudesse contribuir na minha casa...". A admiração que ela sentia pelos pais, a impulsionou a buscar uma forma de obter renda e conseqüentemente a sua independência.

Assim, começou sua carreira na educação, apaixonou-se pela área e se tornou professora do município de João Pessoa na década de 1970. Durante essa trajetória como professora, observou que haviam poucas escolas na cidade que se preocupavam em implementar práticas pedagógicas inovadoras, e sentiu o desejo de inovar, oferecer a sociedade um serviço de boa qualidade. Ela não se sentia satisfeita apenas dando aulas, tinha o desejo de contribuir ainda mais com a sociedade, assim afirma: "Eu sempre gostei de dar aulas, mas sempre ficava imaginando uma escola que fosse além das diretrizes pedagógicas, que tivesse uma filosofia de formação de cidadãos... nas escolas em que trabalhava, dava-se pouco valor a leitura, outras formas de passar conteúdo, através do teatro, do cinema, arte, e outras formas de linguagem... ninguém me apoia nas ideias...", sempre pensei além do meu tempo.

Entre os principais motivos que impulsionam o indivíduo a agir, situa-se a necessidade de conquistas e realizações. Ou seja, "um desejo de realizar as coisas da melhor maneira, não exatamente pelo reconhecimento social ou prestígio, mas, sim, pelo sentimento íntimo de necessidade de realização pessoal" (McClelland, 1972, p. 110).

Então para a entrevistada, o que a impulsionou a abrir a empresa, foi a necessidade de realizar um desejo pessoal, uma escola que fugisse dos padrões impostos, que primasse pela formação cidadã dos seus alunos, através da interdisciplinaridade entre as áreas do conhecimento.

Mesmo com pouco incentivo do esposo na época da criação do negócio, em 1990, e com poucos recursos financeiros, ela decidiu abrir a escola, na faixa de 2 a 10 anos, e transformou a sua casa na escola, para não investir na compra de um imóvel, pois segundo ela os recursos que ela e seu esposo tinham eram apenas para abrir, manter-se por poucos meses, com 20 alunos matriculados.

Alinhado a isso, Degen (2009, p. 08) cita o empreendedor como um indivíduo "que tem a visão do negócio e não mede esforços para realizar o empreendimento. A sua realização é ver sua ideia concretizada em seu negócio".

Ela afirma que passou anos planejando a ideia da escola, todos os detalhes foram pensados "desde a estrutura física, recursos humanos até metodologias para integrar as áreas do conhecimento".

Fillion (1999, p.27) relata o empreendedor como “uma pessoa que imagina, desenvolve e realiza visões”. É perceptível que o empreendedor não reluta em atingir seus objetivos, mesmo que para isso seja necessário assumir riscos calculados, possuindo conhecimento do ambiente e das variáveis envolvidas no mesmo.

## 5 CONCLUSÃO

Neste capítulo serão abordadas as considerações finais acerca da pesquisa onde serão tratados aspectos sobre os resultados obtidos no estudo e as limitações que por ventura ocorreram durante a pesquisa.

### 5.1 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente pesquisa qualitativa teve o intuito de conhecer o processo de identificação de oportunidades de negócios pelos empreendedores do ramo das escolas particulares da Cidade de João Pessoa. Para tanto, foi necessário conhecer um pouco sobre a história de vida desses empreendedores, além de buscar identificar nos relatos dos mesmos elementos que os caracterizassem como empreendedores.

A primeira parte do estudo teve como traçar o perfil dos entrevistados. Na análise das entrevistas constatou-se que todos os entrevistados possuíam experiência profissional na área da educação e que são pessoas determinadas, onde eles desde a juventude pensavam diferente dos outros ao seu redor.

De acordo com Dornelas (2005), uma das principais características de um empreendedor de sucesso é a determinação, através da implementação de ações com total comprometimento.

Outra característica comum aos entrevistados, é que eles realmente sentem prazer de trabalhar com educação, falam com entusiasmo, possuem uma vontade de desenvolver seus negócios e tem projeções para o futuro. Todos os entrevistados foram muito abertos para conversar sobre como se deu todo o processo de identificação do negócio, mesmo com falta de tempo disponível para realizar a entrevista, falaram com entusiasmo sobre sua história.

Deste modo, Dolabela (2003, p.68) afirma: “o empreendedor é uma pessoa que busca definir o que vai fazer, como fazer e em que contexto, ao fazer isso leva em consideração seus sonhos, desejos e o estilo de vida que pretende ter, com isso o mesmo dedica-se intensamente ao trabalho que para ele é uma forma de também obter prazer”.

No segundo momento, a pesquisa teve como objetivo identificar os motivos que levaram ao surgimento do negócio, bem como fatores que (des) favoreceram para a abertura.

De acordo com o relato dos mesmos, a necessidade, a busca por inovação, independência financeira, vocação e auto-realização, foram os principais fatores que os levaram a empreender.

Entre os principais motivos que impulsionam o indivíduo a agir, situa-se a necessidade de conquistas e realizações. Ou seja, “um desejo de realizar as coisas da melhor maneira, não exatamente pelo reconhecimento social ou prestígio, mas, sim, pelo sentimento íntimo de necessidade de realização pessoal” (McClelland, 1972, p. 110).

Os motivos elencados na literatura podem ser, como já salientado, intrínsecos ou extrínsecos ao indivíduo (Sivapalan & Balasundaram, 2012), baseados em habilidades pessoais ou em expectativas de resultados (Townsend *et al.*, 2010).

Segundo Bernhoeft (1997, p. 40) “uma das mais importantes características do empreendedor é a sua capacidade de transformar um problema em uma oportunidade” e isso ficou claro na medida em que as entrevistadas contavam sobre as dificuldades enfrentadas para montar o seu negócio e como as mesmas fizeram para contornar a situação.

Podemos perceber a partir disso que os motivos que levam as pessoas a empreender são diversos e distintos e que não existe uma regra nesse aspecto.

No que tange aos elementos que favoreceram a abertura do negócio podemos identificar que o principal foi o fato dos empreendedores terem conhecimento e experiência em na área da educação.

O conhecimento do setor do novo negócio é outro fator que pode ajudar a determinar os tipos e volume de oportunidades disponíveis para a identificação e exploração (ECKHARDT; SHANE, 2003; SHORT *et al.*, 2010). Shook, Priem e McGee (2003) destacam que a posse de informações e o conhecimento do setor podem permitir que algumas pessoas, mesmo que não estejam ativamente à procura de oportunidades, vejam particularidades de oportunidades que outros não conseguem perceber.

É perceptível também, que todos tiveram influência de familiares próximos para abrir o negócio, bem como apoio moral e/ou financeiro.

Muitos autores têm mostrado que as pessoas apresentam mais chances de tornarem-se empreendedoras se houver um modelo na família ou no seu meio (FILION, 1999). Pesquisas na área têm demonstrado que a existência na família de pessoas que possuem negócios por conta própria, em particular a atividade exercida pelo pai e pela mãe, é considerada chave na opção pelo negócio próprio (MATTHEWS; MOSER, 1996). Estudos mais recentes, baseados na teoria da aprendizagem social detectaram a presença do modelo familiar como fator determinante na opção pelo empreendedorismo (SCHERER; ADAMS, 1998; SCHERER et al, 1989).

Quanto aos pontos que desfavoreceram o surgimento do negócio inicialmente foi a tomada de crédito inicial, pois os custos iniciais tendem a ser altos, pelo fato de que foi necessária a construção de uma estrutura física para atender o público com faixas etárias diferentes, ou seja, uma estrutura adequada em termos de segurança, conforto e eficiência.

Outro fator que desfavoreceu, foi a obtenção da autorização de funcionamento tanto pela Prefeitura Municipal, quanto pelo Governo do Estado, visto que os critérios a serem atingidos, por ser uma escola, é extensa e burocrática.

E por fim esta pesquisa identificou as características mais importantes consideradas pelos empreendedores para obter o sucesso dos seus negócios, as quais destacaram-se: inovação, determinação, amor, dedicação, qualificação e possuir habilidades gerenciais. A importância dessas características para o sucesso de uma organização dá-se na medida em que os desafios aparecem, os problemas, as dificuldades e se o gestor não for comprometido, não tiver perseverança ao primeiro obstáculo ele vai desistir do negócio e abandonar o sonho de ser empreendedor.

Mcclelland (1961 apud DEWES, 2005) cita outras características essenciais e que podem ser encontradas nas entrevistadas tais como: “busca de oportunidade, iniciativa, persistência, correr riscos calculados, exigência de qualidade e eficiência, comprometimento, planejamento e autoconfiança”.

## 5.2 LIMITAÇÕES DA PESQUISA

No período da pesquisa teórica algumas dificuldades foram encontradas. Dificuldades estas oriundas da pouca publicação de materiais acerca do tema: Empreendedorismo na Educação, por ser um assunto relativamente novo. Devido à escassez existente não foi possível tornar o referencial teórico mais extenso.

O tempo também foi um problema enfrentado, tendo em vista que os empreendedores são pessoas ocupadas e que não dispunham de tempo necessário para dedicar-se à entrevista e o objetivo da pesquisa era analisar a história de vida dos mesmos, por isso houve uma redução de informações que provavelmente seriam de grande valor para o estudo.

## 5.3 SUGESTÕES PARA PESQUISAS FUTURAS

Para o enriquecimento de futuras pesquisas seria interessante um maior aprofundamento no assunto relacionado ao empreendedorismo na educação, as dificuldades enfrentadas como também maior detalhamento dos fatores determinantes para identificação de um negócio.

Uma amostra maior também seria um elemento enriquecedor da pesquisa, possibilitando conhecer mais sobre a história de vida dos empreendedores, suas experiências e competências.

## REFERÊNCIAS

- ANOKHIN, S.; WINCENT, J.; AUTIO, E. Operationalizing opportunities in entrepreneurship research: use of data envelopment analysis. *Small Business Economics*, v. 37, n. 1, 2011.
- ALDRICH, Howard E. e CLIFF, Jennifer E. The pervasive effects of family on entrepreneurship: toward a family embeddedness perspective. *Journal of Business Venturing*, New York. v. 18, p. 573-96, 2003.
- ARDICHVILI, A., CARDOZO, R. & RAY, S. A theory of entrepreneurial opportunity identification and development. *Journal of Business Venturing*, v. 18, p. 105-123, 2003.
- BERNHOFER, Renato. *Como Tornar-se Empreendedor em Qualquer Idade*. São Paulo: Nobel, 1997.
- CASSIDY, John. *Como os Mercados quebram: a lógica das catástrofes econômicas*. Tradução de Berilo Vargas. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2011.
- CHA, M.; BAE, Z. The entrepreneurial journey: from entrepreneurial intent to opportunity realization. *Journal of High Technology Management Research*, London, v. 21, n. 1, 2010.
- CUNHA, Antonio Eugenio. *A História da educação Privada Brasileira e o Princípio Democrático da Livre Iniciativa*. Revista FENEP, 2013.
- DOLABELA, Fernando. *Oficina do Empreendedor*. São Paulo: Cultura, 2003.
- DIAS, Tânia Regina Frota Vasconcellos; SOUZA NETO, Silvestre Prado de. *Top Empresarial 2007: Um estudo das competências empreendedoras dos ganhadores do prêmio*. Rio de Janeiro, RJ
- DIMOV, D. Nascent entrepreneurs and venture emergence: Opportunity confidence, human capital, and early planning. *Journal of Management Studies*, v. 47, n. 6, p. 1123-1153, 2010.
- DETENNE, D.; CHANDLER, G. The role of gender in opportunity identification. *Entrepreneurship Theory and Practice*, v. 31, p. 365-386, 2007.
- ECKHARDT, J.; SHANE, S. Opportunities and entrepreneurship. *Journal of Management*, v. 29, p. 333-394, 2003.

FILION, L. J. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. *Revista de Administração*, v.34, n.2, p.5-28, 1999.

FRIEDLAENDER, Gilda Maria Souza. Metodologia de Ensino-Aprendizagem Visando o Comportamento Empreendedor. 2004. 144 f. Dissertação (Pós-Graduação em Engenharia de Produção) Universidade Federal de Santa Catarina-[2004].

GRÉGOIRE D. A.; SHEPHERD D. A. Technology-market combinations and the identification of entrepreneurial opportunities : an investigation of the opportunity-individual nexus. *Academy of Management Journal*, v. 55, 2012.

GIL, Antonio Carlos. Projeto de Pesquisa. São Paulo: Atlas, 1989.

GEM, Global Entrepreneurship Monitor. Empreendedorismo no Brasil: Relatório Executivo – 2013.

HISRIC, R. D.; PETERS, M. P. Empreendedorismo. Porto Alegre: Bookman. 2004. 592 p.

KIRZNER, I. Competition and Entrepreneurship. Chicago: University of Chicago Press, 1973.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. Técnicas de Pesquisa. São Paulo: Atlas, 1996.

MATTHEWS, C., H. MOSER, S. B. A longitudinal Investigation of the impact of family background and gender on interest in small firm ownership. *Journal of Small Business Management* – Apr 1996.

NEVES, José Luis. Pesquisa Qualitativa - Características, Usos e Possibilidades. São Paulo: Caderno de Pesquisas em Administração. [1996].

SHANE, S.; VENKATARAMAN, S. The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, v. 25, n. 1, 2000.

SCHERER, R, F. ADAMS, J. S. CARLEY, S, S. WIEBE, F. A Role model performance effects on development of entrepreneurial career preference. *Entrepreneurship Theory and Practice*. Spring, 1989.

SEVERINO, Antônio Joaquim. Metodologia do Trabalho Científico. 23.ed. São Paulo: Cortez, 2007.



## **APÊNDICE A- Protocolo de Entrevista**

### **DADOS PESSOAIS**

- Nome.
- Data de nascimento.
- Naturalidade.
- Ocupação dos pais.
- Estado civil quando iniciou o negócio e atualmente.
- Condição em que se encontrava quando abriu o negócio (solteira/casada com filhos pequenos/viúva/outros).
- Formação profissional quando começou o negócio.
- Grau de escolaridade quando começou o negócio e atualmente.
- Tempo de atuação neste negócio.
- Área de atuação profissional antes de iniciar o negócio
- Participação do seu capital na empresa (em %).

### **DADOS DA EMPRESA**

- Nome da empresa.
- Ano de fundação.
- Número de sócios quando iniciou a empresa e atualmente.
- Origem do capital inicial (empréstimos de familiares, empréstimos de familiares, economias pessoais).
- Número de funcionários quando começou a empresa e atualmente.
- Quantas horas, em média, trabalha por dia?
- Fale como é seu dia a dia na empresa.

## TRAJETÓRIA DA TOMADA DE CRÉDITO

- Fale como se deu o início de sua carreira como empresária. Houve influência de algum homem ou mulher? Se houve, como essa aconteceu?
- O que a levou a entrar neste ramo de negócio?
- Quais as principais dificuldades encontradas para abrir a Empresa?
- Recebeu apoio dos familiares? Se sim, quem e como?
- Você se sente realizado como empresário (a)? Por quê?

## AÇÃO EMPREENDEDORA

- O que mudou exatamente na empresa desde o momento da fundação dela?

Atingiu os objetivos?

- Que fatores externos e internos foram determinantes para as mudanças acima mencionadas?
- Quais foram as principais práticas de gestão introduzidas nos últimos tempos? E quais foram as principais contribuições da adoção dessas práticas para a empresa?
- Quais as competências você julga como fundamentais para gerir este tipo de Negócio? Você considera que as tem?
- O que você considera a sua principal competência e que tem sido determinante para o sucesso do seu negócio?
- Que fatores internos e externos foram importantes para que essas competências se tornassem realidade?
- Você diria que seu negócio cresceu nos últimos 3 anos?
- Descreva como você vê a sua empresa no futuro.
- Como é para você estabelecer os rumos de uma empresa como
- Você fez alguma análise de mercado?
- Obteve informações privilegiadas dos seus concorrentes?
- Consultou clientes insatisfeitos com a concorrência
- Você criou algum diferencial a partir dessas informações? Deram resultados?

## ANEXO A – NORMAS PARA TRANSCRIÇÃO

OCORRÊNCIAS	SINAIS	EXEMPLIFICAÇÃO*
Incompreensão de palavras ou Segmentos	( )	do nível de renda... ( ) nível de renda nominal...
Hipótese do que se ouviu	(hipótese)	(estou) meio preocupado (com o gravador)
Truncamento (havendo homografia, usa-se acento indicativo da tônica e/outimbre)	/	ecomé/ e reinicia
Entoação enfática	maiúscula	porque as pessoas reTÊM moeda
Prolongamento de vogal e consoante (como s, r)	:: podendo aumentar para ::: ou mais	ao emprestarem os... éh::: ...o dinheiro
Silabação	-	por motivo transa-ção
Interrogação	?	eo Banco... Central... certo?
Qualquer pausa	...	são três motivos... ou três razões... que fazem com que se retenha moeda... existe uma... retenção
Comentários descritivos do transcritor	((minúsculas))	((tossiu))

Comentários que quebram a seqüência temática da exposição; desvio temático	-- --	... a demanda de moeda -- vamos dar essa notação -- demanda de moeda por motivo
Superposição, simultaneidade de vozes	{ ligando as linhas	A. na { casa da sua irmã B. sexta-feira? A. fizeram { lá... B. cozinham lá?
Indicação de que a fala foi tomada ou interrompida em determinado ponto. Não no seu início, por exemplo.	(...)	(...) nós vimos que existem...
Citações literais ou leituras de textos, durante a gravação	" "	Pedro Lima... ah escreve na ocasião... "O cinema falado em língua estrangeira não precisa de nenhum aBAREI ra entre nós"...

### Observações:

1. Iniciais maiúsculas: só para nomes próprios ou para siglas (USP etc.)
2. Fáticos: *ah, éh, eh, ahn, ehn, uhn, tá* (não porestá: *tá?* você está brava?)
3. Nomes de obras ou nomes comuns estrangeiros são grifados.
4. Números: por extenso.
5. Não se indica o ponto de exclamação (frase exclamativa).
6. Não se anota o *cadenciamento da frase*.

7. Podem-se combinar sinais. Por exemplo: oh:::... (*alongamento e pausa*).

8. Não se utilizam sinais de *pausa*, típicos da língua escrita, como ponto-e-vírgula, ponto final, dois pontos, vírgula. As reticências marcam qualquer tipo de *pausa*, conforme referido na *Introdução*.